

PROVA DE LÍNGUA PORTUGUESA / LEGISLAÇÃO

INSTRUÇÃO: As QUESTÕES de 1 a 11 devem ser respondidas com base no TEXTO 1.

TEXTO 1

O mercado de palestras no Brasil vive uma fase de reaquecimento decorrente da retomada do crescimento da economia. Na ânsia de treinar os funcionários, melhorar o ambiente de trabalho e aumentar a produtividade, as maiores companhias brasileiras voltaram a gastar dinheiro contratando gurus. Na lista de convidados para falar, aparecem profissionais de especialidades variadas, desde economistas, consultores estrangeiros e professores, até mágicos, esportistas e um carnavalesco. "Estamos falando de uma atividade muito bem remunerada, um filão que atrai cada vez mais gente", diz Priscila David, da agência de contratação de palestrantes Palavra.

O efeito dessa procura para os profissionais da área foi imediato. De um lado, a concorrência proliferou. Desde 2003 vem aumentando muito o número de pessoas que cobiçam esse mercado – nem todas bem preparadas. De outro lado, os palestrantes já estabelecidos estão com a agenda lotada. Os mais cotados recebem de três a cinco vezes mais convites do que podem atender e se dão ao luxo de escolher as empresas para as quais prestarão serviço. Todos numa agitação impressionante. Mas será que essas palestras provocam um efeito prático, além de engordar a conta bancária do palestrante? As empresas que os contratam retêm alguma informação útil?

A excelência em certas profissões pode ser aferida de forma um pouco simplificada. O dentista, por exemplo. Quando o paciente chega ao consultório com dor de dente, espera-se que a dor passe com o fim do tratamento. Valeu a pena ir ao dentista só se a dor tiver passado! Do contrário, não valeu. Na linha de montagem, pode-se aferir a qualidade do profissional ao se contar quantas peças sem defeito ele produziu. No setor de transportes, pode-se verificar se a mercadoria foi entregue no prazo estipulado. Mas a situação muda de figura quando se trata, por exemplo, de uma campanha de *marketing*. Não há como saber de antemão quantos clientes serão sensibilizados por uma propaganda nem se a mensagem veiculada vai atraí-los a comprar ou, ao contrário, irritá-los. Quando se investe no desenvolvimento de um produto novo, vale a mesma lógica. É impossível saber que valor ele terá no mercado quando estiver pronto. As palestras estão mais próximas desse mundo do intangível. Elas não obedecem a uma relação de causa e efeito. Seu efeito reside no campo das probabilidades. Mas ainda assim, feitas todas as ressalvas, pode-se dizer que dão resultado.

Uma palestra é parte de um conjunto de ações tomadas com o intuito de aumentar as chances de atingir um objetivo. A idéia é que o palestrante seja capaz de relatar conceitos, expor exemplos, contar casos que tragam novas perspectivas a seus ouvintes. Essas novas perspectivas são um manancial de possibilidades para levar a ações que tragam resultados para a empresa. Nesse terreno do intangível, acaba-se criando uma corrida pelas idéias. O resultado disso é que, onde surge um guru, aparece uma platéia animada para ouvi-lo.

Isso não quer dizer que qualquer palestra valha a pena. Se a empresa pensa em motivação sem antes investir em competência, está seguindo uma receita para o desastre. Empolgar-se com uma sugestão e não ser capaz de adaptá-la à sua realidade é outra fórmula de fracasso. Abraçar um discurso democrático, mas não trocar as práticas autoritárias é um

40 terceiro caminho para o fiasco – a companhia passa a ser vista como cínica por seus funcionários. Pelo lado dos palestrantes, também é óbvio que há os bons e os ruins. Mas, de alguma forma, o mercado se regula. Os profissionais oferecem soluções diversas, e os que conseguem atender melhor às necessidades das empresas fazem mais sucesso.

São inúmeras as possibilidades de especialização e muitos os prestadores de serviço.

45 Destarte, é natural que este seja um mercado confuso e extremamente competitivo. Como em toda atividade, há os bem cotados e os aproveitadores, os que deixam seus clientes mais ou menos felizes.

COHEN, David. Exame 22 nov. 2004. Disponível em <http://portalexame.abril.com.br/> (Fragmento adaptado)

QUESTÃO 01

Assinale a alternativa que apresenta o título mais adequado ao tema central do texto.

- A) Os gurus não falham.
- B) Quem quer ouvi-los?
- C) O valor das palestras.
- D) O mercado da auto-ajuda.

QUESTÃO 02

São causas do reaquecimento do mercado de palestras no Brasil, **EXCETO**

- A) a aspiração dos empresários pelo aperfeiçoamento do ambiente de trabalho.
- B) a necessidade de contratação de novos funcionários mais bem qualificados.
- C) o desejo dos empresários pela ampliação da produtividade nas empresas.
- D) o recente aumento da produção de mercadorias e serviços ocorrido no país.

QUESTÃO 03

No desenvolvimento de seu texto, o autor **NÃO**

- A) define um conceito.
- B) entra em contradição.
- C) faz comparações.
- D) insere exemplos.

QUESTÃO 04

NÃO é função do último parágrafo do texto

- A) ampliar o desenvolvimento das idéias.
- B) reafirmar as idéias da introdução.
- C) apresentar um ponto de vista pessoal.
- D) retomar idéias desenvolvidas no texto.

QUESTÃO 05

O objetivo **principal** do texto é

- A) apontar a necessidade de as empresas brasileiras investirem na contratação de gurus especialistas em dar palestras.
- B) demonstrar o modo de as empresas brasileiras preocuparem-se com o bem-estar e a satisfação de seus funcionários.
- C) informar as principais vantagens de um novo campo de trabalho bem remunerado e acessível a qualquer profissional.
- D) promover uma reflexão sobre os efeitos de uma atividade atualmente valorizada por grandes empresas no Brasil.

QUESTÃO 06

A alternativa em que o sentido da palavra no texto foi **corretamente** identificado nos parênteses é

- A) filão [linha 7] – (fonte de lucros e de vantagens).
- B) proliferou [linha 10] – (fez-se representado).
- C) aferida [linha 17] – (diz-se do que foi suprimido).
- D) perspectivas [linha 32] – (sagacidades evidentes).

QUESTÃO 07

O par de palavras abaixo, de acordo com o sentido que a primeira tem no texto, apresenta uma relação de antonímia em

- A) cobiçam [linha 11] – anelam.
- B) cotados [linha 12] – estimados.
- C) ressalvas [linha 29] – restrições.
- D) manancial [linha 33] – ocaso.

QUESTÃO 08

Leia estas assertivas.

- I. Além da contratação de palestrantes, há outras estratégias para se ampliarem as oportunidades de uma meta a ser alcançada.
- II. Embora os profissionais convidados sejam de diferentes áreas e especialidades, para falar nas empresas é indispensável que sejam cultos.
- III. Os palestrantes mais cobiçados não dispõem de tempo para atender a todos os convites, por isso suas palestras são as de menor duração.

A(s) assertiva(s) que pode(m) ser comprovada(s) pelo texto é (são)

- A) apenas a I.
- B) apenas a II.
- C) apenas a III.
- D) I, II e III.

QUESTÃO 09

NÃO é finalidade dos palestrantes

- A) atender melhor às necessidades e demandas das empresas.
- B) contribuir para o treinamento e produtividade dos ouvintes.
- C) estimular maior competição entre funcionários da empresa.
- D) incitar condições favoráveis para o sucesso das empresas.

QUESTÃO 10

Em todas as alternativas, o termo destacado remete a palestrantes, **EXCETO** em

- A) As empresas que **os** contratam aprendem alguma coisa...
- B) ...nem se a mensagem veiculada vai atraí-**los**...
- C) **Os** mais cotados recebem de três a cinco vezes mais convites...
- D) Os **profissionais** oferecem soluções diversas ...

QUESTÃO 11

Leia estas assertivas.

- I. A empresa que pensa em motivação deve escolher o palestrante mais adequado a esse propósito específico, mesmo que, para isso, o indicado seja um dos menos cotados no mercado.
- II. É impossível saber se um palestrante é bom ou ruim e também é impossível saber seu valor no mercado, antes de se fazer um convite a ele para falar diante de uma platéia.
- III. Existem palestrantes bem cotados e os aproveitadores, ambos deixam os seus clientes mais felizes, embora os primeiros sejam os de renome e os segundos sejam os menos conhecidos.

NÃO podem ser comprovadas no texto, as assertivas

- A) I e II.
- B) II e III.
- C) I e III.
- D) I, II e III.

QUESTÃO 12

Leia este texto.

TEXTO 2 VAMOS DE TÁXI?

O amarelo é a cor predominante nas ruas do centro do Rio de Janeiro. É notória a quantidade de táxis que circulam diariamente em qualquer parte da cidade, como se pode evidenciar em suas principais ruas e avenidas. E há passageiros dentro. Não tenho números, mas suponho que a taxa de crescimento desse meio de transporte experimentou aumentos constantes nos últimos anos. E isso parece bom, pois pode sinalizar uma mudança de interesses ou, simplesmente, refletir uma ação ajuizada de alguns, com prováveis vantagens coletivas. Um número maior de táxis pode ser associado a menos carros nas ruas, pois seus usuários não são tipicamente os mesmos dos meios de transporte de massa. O trânsito e o ambiente agradecem.

Ronir Raggio Luz, in Revista *Ciência Hoje*, vol. 37, nº 219, p. 70.

Assinale a alternativa que apresenta inconsistência lógica, de acordo com esse texto.

- A) Se há uma cor predominante dos táxis no Rio de Janeiro, é visível a quantidade de veículos que circulam naquela cidade.
- B) Se diariamente há passageiros em potencial, são vistos táxis em qualquer rua e avenida na cidade do Rio de Janeiro.
- C) Se é evidente a cor amarela dos táxis do Rio de Janeiro, a taxa de crescimento desse meio de transporte aumentou.
- D) Se houve diminuição de carros nas ruas do Rio de Janeiro, as pessoas preferiram usar outros meios de transporte.

INSTRUÇÃO: As QUESTÕES 13 e 14 devem ser respondidas com base nos TEXTOS 3 e 4.

TEXTO 3

As revoluções da língua durante o século 21

No início do século 21, o mundo todo observa uma série de transformações lingüísticas dramáticas, que segundo o pesquisador David Crystal marca uma nova era na evolução da linguagem humana. Ele diz que três importantes tendências são responsáveis por essas alterações: a emergência do inglês como primeira língua global de fato, a crise enfrentada por muitas línguas ameaçadas de extinção e o efeito da internet sobre a linguagem, que oferece uma terceira forma de comunicação, diferente da fala e da escrita e motiva o surgimento de variedades lingüísticas novas. “Pode parecer um truísmo, mas é necessário que se diga: numa era de comunicação global, todos precisam ter consciência da língua”, afirma Crystal.

(Estado de S. Paulo, 19 fev. 2006.)

TEXTO 4

Fluente em inglês deixa de ter ‘vantagem econômica’

A histórica vantagem econômica dos falantes nativos de inglês está com os dias contados, uma vez que a língua está perto de se tornar uma habilidade universal. É o que demonstra estudo encomendado pelo British Council (organização internacional oficial do Reino Unido para assuntos culturais e educacionais).

O estudo prevê que em pouco tempo o mercado de trabalho não verá mais a língua inglesa como um diferencial na contratação de profissionais: habilidades como o domínio do mandarim e do espanhol serão tão exigidas quanto a fluência em inglês. De acordo com David Graddol, lingüista especializado em educação para estrangeiros e autor do relatório, os profissionais terão de oferecer mais do que domínio desse idioma. “Estamos em um mundo em que, se você vai para uma entrevista de emprego somente com o inglês, isso não será o suficiente. As empresas esperam algo mais do candidato e exigem, além de um excelente domínio do inglês, o domínio de outras línguas também”, afirma.

Graddol diz ainda em seu relatório que o inglês, a segunda língua mais falada no mundo, já foi completamente incorporada por governos, universidades e nos ambientes de negócios e que nem sempre os falantes nativos são bem-vindos.

“Em organizações em que o inglês já é uma língua incorporada, as reuniões correm melhor quando não há falantes nativos presentes”, avalia Graddol, que considera que em países como os da Ásia, existe uma preferência por professores de inglês que não sejam falantes nativos. “Professores da Bélgica, por exemplo, são mais bem aceitos pelos estudantes do que os vindos do Reino Unido e dos Estados Unidos”, completa.

Companhias americanas e inglesas especializadas em material didático para estudantes da língua também podem perder mercado diante dessa tendência: a demanda por livros com uma linguagem mais próxima da de outras realidades é cada vez maior. Em poucos anos, haverá cerca de 2 bilhões de pessoas cuja língua nativa não é o inglês estudando o idioma. O estudo de Graddol recomenda que Reino Unido e EUA invistam em material especializado para estudantes estrangeiros para suprir a crescente demanda.

(Folha de S. Paulo, 15 fev. 2006.)

QUESTÃO 13

A relação entre esses dois textos está sintetizada em:

- A) David Crystal defende que a internet dará conta de unificar o uso do inglês e de outras línguas, e David Graddol pondera que isso ocorrerá sobretudo na área de oferta e procura de empregos.
- B) David Crystal alerta que as línguas ameaçadas de extinção estão dando espaço às línguas emergentes, e David Graddol exemplifica o fenômeno com o espanhol e o mandarim.
- C) David Crystal prevê que o inglês será a primeira língua global de fato, mas David Graddol diz que, além do inglês, os candidatos a emprego devem dominar outras línguas, como o espanhol e o mandarim.
- D) David Crystal profetiza o surgimento de uma terceira forma de comunicação, diferente da fala e da escrita, que motiva o surgimento de variedades lingüísticas, dentre as quais se incluem as línguas citadas por David Graddol.

QUESTÃO 14

Assinale a alternativa em que há correspondência de sentido entre os pares de frases abaixo.

- A) “Em organizações em que o inglês já é uma língua incorporada, as reuniões correm melhor quando não há falantes nativos presentes.”

As reuniões de falantes nativos correm melhor em organizações em que o inglês não é uma língua incorporada.

- B) “Em países como os da Ásia, existe uma preferência por professores de inglês que não sejam falantes nativos.”

Os anglófonos que nasceram na Ásia são os preferidos de empresas que procuram professores de inglês.

- C) “Companhias americanas e inglesas especializadas em material didático para estudantes da língua também podem perder mercado diante dessa tendência: a demanda por livros com uma linguagem mais próxima da de outras realidades é cada vez maior.”

Há uma demanda cada vez maior por livros didáticos próximos a outras realidades, e as companhias americanas e inglesas especializadas em material didático do inglês podem perder mercado por causa dessa tendência.

- D) “Pode parecer um truísmo, mas é necessário que se diga: numa era de comunicação global, todos precisam ter consciência da língua”, afirma Crystal.”

Crystal afirma que, embora pareça um truísmo, é preciso questionar se, numa era de comunicação global, todos precisam ter consciência da língua.

QUESTÃO 15

Segundo a Lei 8.112/90, é correto afirmar que a demissão será aplicada nas seguintes situações, **EXCETO**.

- A) Improbidade administrativa.
- B) Abandono de cargo.
- C) Ausência intencional do servidor ao serviço por 15 dias consecutivos.
- D) Corrupção.

QUESTÃO 16

Todas as afirmativas abaixo estão incorretas segundo o Regime Jurídico Único, **EXCETO**.

- A) A posse ocorrerá no prazo de 30 dias, podendo ser prorrogado por mais 30 dias, contados da publicação do ato de provimento.
- B) A posse não ocorrerá mediante procuração específica.
- C) Será tornado sem efeito o ato de provimento se a posse não ocorrer em 30 dias, contados da publicação do ato de provimento.
- D) A posse dar-se-á pela assinatura da Carteira Profissional, onde deverá constar o número do ato oficial.

QUESTÃO 17

São deveres do servidor público segundo a Lei 8.112/90, **EXCETO**.

- A) Cumprir todas as ordens superiores.
- B) Observar as normas legais e regulamentares.
- C) Ser leal às instituições a que servir.
- D) Guardar sigilo sobre assunto da repartição.

QUESTÃO 18

João Augusto é submetido à junta médica oficial que declara insubsistentes os motivos de sua aposentadoria por invalidez. Em virtude de tal fato, reassume o cargo de Secretário Executivo que ocupava anteriormente. O provimento derivado em questão denomina-se:

- A) Readaptação.
- B) Reversão.
- C) Reintegração.
- D) Recondução.

QUESTÃO 19

José Caetano, aprovado e nomeado para o cargo de técnico de contabilidade na UFMG, sendo inabilitado no estágio probatório,

- A) será exonerado de ofício, acarretando a vacância do citado cargo.
- B) poderá ser colocado em disponibilidade, sem remuneração.
- C) deverá cumprir novo estágio probatório.
- D) será readaptado para cargo compatível com sua capacidade laboral.

QUESTÃO 20

Analise as afirmativas abaixo segundo o Código de Ética do servidor público, Decreto 1.171/94.

- I. Ter respeito à hierarquia, porém sem nenhum temor de representar contra qualquer comprometimento indevido da estrutura em que se funda o Poder Estatal.
- II. Comunicar imediatamente a seus superiores todo e qualquer ato ou fato contrário ao interesse público, exigindo as providências cabíveis.
- III. Ser assíduo e freqüente ao serviço, na certeza de que sua ausência provoca danos ao trabalho ordenado, refletindo negativamente em todo o sistema.
- IV. Manter-se atualizado com as instruções, as normas de serviço e a legislação pertinentes ao órgão, onde exerce suas funções.

Marque a alternativa **CORRETA**.

- A) Estão corretas as afirmativas II, III e IV.
- B) Todas as afirmativas estão corretas.
- C) Estão corretas as afirmativas II e IV.
- D) Estão corretas as afirmativas III e IV.

PROVA DE JORNALISTA

QUESTÃO 21

Leia atentamente o excerto abaixo, retirado de texto publicado no *site* Observatório da Imprensa:

(<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=483JDB005>)

Para lembrar que o povo manda na mídia

Por Ricardo de Barros Bonchristiani Ferreira em 29/4/2008

Sempre que alguma notícia se destaca no cotidiano brasileiro, conseqüentemente arrastando todas as pautas de TV, surgem aqueles bastiões da defesa pela democracia e qualidade da informação, do jornalismo sério, responsável, cidadão etc. Começam a chover críticas indignadas sobre as coberturas da *Veja*, do *Jornal Nacional* e tudo quanto é grande mídia. Sempre com o mesmo discurso: e os outros crimes? Não tem nada mais importante para cobrir? Ninguém agüenta mais esse assunto! Muitas vezes são estudantes de Comunicação ou até jornalistas revoltados com o indigesto e pressuposto sensacionalismo.

É fácil, nessas horas, defender os líricos conceitos do jornalismo voltado para o esclarecimento da opinião pública, com imparcialidade, prestação de serviços, a informação para a educação e toda aquela ladainha que, invariavelmente, só vem à tona junto com as Isabellas, Richthofens e vôos 3054 da TAM.

Nessas horas, aqueles pseudo-intelectuais desapegados enxergam os curiosos como desocupados, abutres na carniça, mórbidos, desinteligentes e outros adjetivos menos publicáveis. Só que, de manhãzinha, no trabalho, provavelmente esse mesmo crítico acessa a notícia da Isabella todo dia em algum portal de notícias e se informa sobre tudo bem rápido. Escondidinho. Lendo tudo com um passar de olhos, como quem acessou por acessar. Não que ele esteja curioso! Imagine...

O texto indica, com mais propriedade, a seguinte perspectiva teórica:

- A) Gatekeeping.
- B) Espiral do Silêncio.
- C) Agenda Setting.
- D) Newsmaking.

QUESTÃO 22

Analise as afirmativas abaixo, concernentes à Teoria Interacionista:

- I. Este modelo teórico tem como uma das suas premissas o fato de os jornalistas viverem sob a tirania do fator tempo.
- II. Em função do imediatismo, as coberturas jornalísticas dão ênfase aos acontecimentos, e não às problemáticas.
- III. Os acontecimentos narrados estão concretamente enterrados em uma *teia de faticidade*.

Relativamente às afirmativas, conclui-se que

- A) todas são falsas.
- B) há duas falsas.
- C) há duas verdadeiras.
- D) todas são verdadeiras.

QUESTÃO 23

Assinale a alternativa em que a afirmativa **NÃO** se aplica à Teoria do Espelho.

- A) Os princípios explicativos da Teoria do Espelho inspiram-se na tradição sociológica crítica.
- B) Para a Teoria do Espelho, as notícias são como são porque a realidade assim as determina.
- C) Para a Teoria do Espelho, os jornalistas são agentes desinteressados, em busca da verdade.
- D) A Teoria do Espelho está relacionada, historicamente, ao crescimento da imprensa como indústria.

QUESTÃO 24

Leia este texto.

Numa das formulações mais completas da perspectiva de esquerda, Herman e Chomsky (1989) argumentam no seu livro que o conteúdo das notícias não é determinado ao nível interior (isto é, ao nível dos valores e preconceitos dos jornalistas), nem ao nível interno (isto é, ao nível da organização jornalística) mas ao nível externo, ao nível macroeconómico. Nesta versão da teoria, uma relação direta é estabelecida entre o resultado do processo noticioso e a estrutura económica da empresa jornalística. Assim, segundo esta versão da teoria, existe um diretório dirigente da classe capitalista que dita aos diretores e jornalistas o que sai nos jornais.

(Extraído de: TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – volume I: porque as notícias são como são).

O texto refere-se à

- A) Teoria Organizacional.
- B) Teoria da Ação Pessoal.
- C) Teoria da Ação Política.
- D) Teoria Construcionista.

QUESTÃO 25

Abaixo são feitas afirmativas sobre a ética jornalística.

- I. A corrente deontológica propõe que se devem levar em conta, na conduta ética, as conseqüências dos atos.
- II. A corrente teleológica propõe que se deve calcular, entre opções, a atitude que trará melhores conseqüências.
- III. A corrente deontológica propõe que uma regra de conduta só pode ser eticamente aceita se for universal.
- IV. Um dos pontos fortes da corrente teleológica é a indicação de que os jornalistas podem prever as conseqüências dos seus atos.

São FALSAS apenas as afirmativas

- A) I, II e IV.
- B) I e IV.
- C) II e III.
- D) II, III e IV.

QUESTÃO 26

São princípios do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, **EXCETO**:

- A) Defender o livre exercício da profissão.
- B) Defender os princípios da livre iniciativa econômica.
- C) Lutar pela liberdade de pensamento e de expressão.
- D) Respeitar o direito à honra e à imagem do cidadão.

QUESTÃO 27

Leia o artigo 13 do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

Art. 13. A cláusula de consciência é um direito do jornalista, podendo o profissional se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios deste Código de Ética ou que agridam as suas convicções.

(Fonte: http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf).

O artigo refere-se

- A) às questões relativas às relações profissionais.
- B) aos princípios da responsabilidade profissional dos jornalistas.
- C) aos princípios da conduta profissional dos jornalistas.
- D) aos princípios do direito à informação.

QUESTÃO 28

Numere a COLUNA II de acordo com a COLUNA I, associando, corretamente, os produtos Web.

COLUNA I	COLUNA II
1. Mantém o foco nos públicos, para quem cria conteúdos específicos (“verticais), além de enquetes.	() Hotsite
2. Área de informação criada para o lançamento de um evento ou uma grande promoção.	() Minisite
3. Aborda um tema restrito, a exemplo dos “conteúdos verticais” de um portal.	() Website
4. Espaço básico da informação, que estrutura uma hierarquia para que todo o conteúdo seja entendido e acessado facilmente.	() Portal

Assinale a alternativa que apresenta a seqüência de números **CORRETA**.

- A) 4, 3, 1, 2.
- B) 1, 4, 3, 2.
- C) 2, 4, 3, 1.
- D) 2, 3, 4, 1.

QUESTÃO 29

São princípios que devem ser observados na redação para intranet, **EXCETO**:

- A) A redação para intranet difere essencialmente da redação para Internet por ser mais complexa.
- B) O número e os dados do público usuário da intranet são indicadores que os diferem do público da Internet.
- C) A redação para intranet deve levar em consideração a natureza institucional dos dados disponibilizados.
- D) Os princípios do webwriting devem ser a referência básica para a redação dos sites intranet.

QUESTÃO 30

Leia este trecho.

Um estudo efectuado por Jacob Nielsen e John Morkes revela que a esmagadora maioria das pessoas que navegam na Internet (79%) não lê as notícias palavra por palavra, limitando-se a fazer uma leitura por varrimento visual (scan the page) à procura de palavras ou frases.

(Extraído de: CANAVILHAS, João Messias. *Webjornalismo - Considerações gerais sobre jornalismo na web*, disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>).

É **CORRETO** afirmar que o texto ajuda a entender que

- A) a estrutura narrativa do jornalismo online, em contraposição à idéia de webjornalismo.
- B) a dificuldade de estabelecer estruturas narrativas informativas para a Internet fora do padrão “pirâmide invertida”.
- C) o desafio para o webjornalismo de apresentar um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si.
- D) a intertextualidade, principal elemento constitutivo da produção noticiosa para Internet.

QUESTÃO 31

Define-se como práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na *Web*, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe, ao *webjornalismo*

- A) cidadão.
- B) de fonte aberta.
- C) interativo.
- D) participativo.

QUESTÃO 32

O *gatewatching*, termo aplicado ao processo de seleção e escolha das notícias para o ambiente *web*, opõe-se ao conceito do *gatekeeping*, usado para designar os processos de seleção de notícias no jornalismo tradicional. Sobre o *gatewatching*, é **INCORRETO** afirmar que

- A) devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la.
- B) o conceito busca identificar os limites para veiculação de informação na *web* em função de condições técnicas.
- C) o *gatewatcher* combinaria funções de bibliotecário e repórter, mudando da noção de porteiro para a do vigia.
- D) o *gatewatching* é particularmente revelador do que ocorre com os diversos *blogs* que proliferam no ambiente *web*.

QUESTÃO 33

Em relação aos processos de produção e divulgação científica, assinale V (VERDADEIRA) e F (FALSA) diante das seguintes afirmativas.

- () Comunidades científicas formam-se no interior de centros de pesquisa e universidades em torno de uma finalidade delimitada.
- () Uma das definições clássicas que operam na divulgação científica é a divisão entre pesquisa pura e pesquisa aplicada
- () Fruto de aspectos intuitivos e da criatividade, o conhecimento científico é essencialmente originário de uma atividade solitária.
- () A produção e publicação de *papers* é a condição de legitimidade e atribuição de autoridade da enunciação científica.

Marque a alternativa que contém a seqüência **CORRETA**.

- A) F, F, F, V.
- B) V, F, V, F.
- C) F, V, F, V.
- D) V, V, F, V.

QUESTÃO 34

Leia este texto.

No entanto, é preciso deixar estabelecido, desde já, que, (...), a divulgação científica não pertence ao campo científico nem à formação discursiva da ciência. Os cientistas apropriam-se do discurso da divulgação científica com uma certa racionalidade e pragmaticidade cuja motivação deriva do modo de organização do campo científico.

(Extraído de: ZAMBONI, Lilian Márcia Simões. Cientistas, jornalistas e a divulgação científica – subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica).

Compõe preocupações do campo científico, **EXCETO**:

- A) Estabelecer processos de vulgarização da produção científica.
- B) Lutar por concessões de bolsas e recursos financeiros.
- C) Pressionar por maior número de publicações.
- D) Buscar maior visibilidade nos meios de comunicação.

QUESTÃO 35

O conceito de difusão científica refere-se

- A) aos procedimentos de vulgarização científica, típicos das publicações populares que abordam o universo da ciência.
- B) ao estabelecimento de um quadro de referências discursivas específico à esfera da produção científica.
- C) à rotina já adotada pelos grandes centros de pesquisa e universidades de ampliação dos públicos da ciência.
- D) aos procedimentos de difusão da ciência para especialistas (disseminação científica) e para o público em geral (divulgação científica).

QUESTÃO 36

Objetividade dos fatos narrados, humanização do relato, texto de natureza impressionista e predominância da forma narrativa, caracterizam diferenças entre

- A) Reportagem e Entrevista.
- B) Entrevista e Notícia.
- C) Notícia e Reportagem.
- D) Editorial e Notícia.

QUESTÃO 37

Leia atentamente o excerto abaixo, retirado do livro *Técnicas de reportagem* – notas sobre a narrativa jornalística, de Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari.

Jantar de sonho acaba no pesadelo da conta

A conta para o banquete de gala no Rio Palace , que deveria reunir 240 convidados (apenas dois casais compareceram), chegou afinal: Cr\$ 31 milhões 200 mil e 400. A Sra. Nadir da Silva, 36 anos, sabe que sua festa foi um fiasco, embora animada pelo maestro Carioca e sua orquestra de 23 músicos postados no mesmo palco onde se apresentou Frank Sinatra. Em seu apartamento alugado por mais seis meses, na Av. N. Sra. de Copacabana, ela desabafa:

- Nada me fará esmorecer no meu projeto de construir um hospital para as crianças carentes. Tenho até o dia 19 para pagar a fatura, embora o hotel insista em receber desde já. Não tenho jóias nem bens, mas vou pagar a conta – diz a Sra. Nadir da Silva, que já tem em vista promover um *pré-reveillon*, no Rio.

Um bolo amargo

Junto ao telefone, buscando contato com os assessores de Aguinaldo Timóteo ou Paulo Maluf, Artur Sendas ou Ivo Pitanguí – que não deram presença à sua festa entre muitos outros nomes “vips” –, a Sra. Nadir admite que houve uma conjuração dos colunistas sociais, “para sabotar o evento”, dia 29 de setembro, no salão Rio de Janeiro, quando esperava levantar pelo menos Cr\$ 100 milhões.

Havia um livro de ouro para recolher assinaturas de quem se entusiasmou pela obra benemerita à entrada do salão. Mas dona Nadir só conseguiu Cr\$ 250 mil, para um empreendimento que vai custar acima de Cr\$ 1 bilhão, com heliporto, conforme mostra a maquete levada para o hotel e que agora está na modesta sala do apartamento conjugado.

Nascida em Mirandópolis, interior de São Paulo, dona Nadir recorda que durante o banquete não provou um camarão – ante a espera angustiante e inútil dos convidados até 23 h, quando foi até a pista de dança para animar os dois únicos casais. A orquestra tocou uma valsa, mas ela não chorou. Espera um dia poder contar tudo isso num programa de TV onde o animador J. Silvestre dirá, com voz embargada pela emoção: “Esta é a sua vida, Dona Nadir da Silva...”

O exemplo acima é de um texto classificado como de “pronunciamento”. Caracteriza tal modelo:

- A) a abordagem de acontecimentos a partir da disposição dos fatos em ordem decrescente de importância.
- B) a denúncia de situações de desigualdade social pela ilustração das dificuldades de ascensão na escala econômica.
- C) a ironia e a crítica na abordagem dos fatos, obtidas pela disposição contrastante de algumas situações.
- D) a explicitação da opinião do redator, que se dá sem o apoio das situações referentes ao acontecimento narrado.

QUESTÃO 38

Sobre as fontes, fundamentais em todo processo de produção noticiosa, **NÃO** se pode afirmar que

- A) as fontes oficiais são tidas como as mais confiáveis e é comum não serem mencionadas.
- B) um dos parâmetros de confiabilidade das fontes oficiais é o fato de elas não falsearem a realidade.
- C) as declarações de fontes oficiais são, em geral, protegidas pelo anonimato, o *off the record*.
- D) as fontes independentes são especialmente identificadas com as organizações não-governamentais.

QUESTÃO 39

A estrutura do texto da reportagem dissertativa se apóia num raciocínio explicitado através de afirmações generalizantes, seguidas de fundamentação, que constitui a análise feita pelo redator de um acontecimento ou de um grupo de acontecimentos.

Constitui um componente **CORRETO** da estrutura do texto da reportagem dissertativa:

- A) Parágrafos que indicam mudanças graduais do acontecimento narrado e das personagens envolvidas.
- B) A explicitação de todos os dados identificadores de personagens e do acontecimento logo no início do parágrafo.
- C) Adoção do tempo lingüístico, que se define a partir de um marco temporal instalado no texto.
- D) Tópicos frasais, que iniciam parágrafos, freqüentemente com generalizações, seguidas de pormenores.

QUESTÃO 40

Esta definição: “dinâmica e multifacetada, revestida de complexidade suficiente para constituir uma personagem bem marcada e que tem os seus traumas, vacilações e obsessões revelados gradualmente” caracteriza o seguinte modelo de personagem, encontrado na reportagem narrativa:

- A) Personagem redonda.
- B) Personagem plana.
- C) Personagem referencial.
- D) Personagem anáfora.

QUESTÃO 41

Leia este texto.

João curvado no balcão de Margarida pensa na vida. Tudo foi para a mão de um médico, quando a mulher adoeceu. “Já pude morrer – ele pensa – hoje não posso. A gente só pode morrer quando tem alguma coisa na vida. Coisas que a gente deixa para quem gosta. Mas o que é que vou deixar para meus filhos? E quando se está com eu estou, não se pode pedir a dispensa da morte. Meu Deus, esta seca é a mãe de 32.”

(Extraído de: COIMBRA, Oswaldo. O texto da reportagem impressa – um curso sobre sua estrutura).

O texto acima, típico da reportagem narrativa, indica a presença de um narrador

- A) testemunha.
- B) protagonista.
- C) coadjuvante.
- D) onisciente.

QUESTÃO 42

Leia este texto.

A informação é o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido, como se houvesse uma seta ou uma legenda indicando que aquilo é verdade e deve ser visto ou sabido. Por conseguinte, não é qualquer informação institucional que é transformada em notícia para a mídia.

(Extraído de: MONTEIRO, Graça França. *A notícia institucional*. In: DUARTE, Jorge [org.]. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia – teoria e técnica**).

O texto acima indica as seguintes dimensões da comunicação institucional, **EXCETO**:

- A) O desafio de estabelecer parâmetros de visibilidade das instituições a partir, também, do que é divulgado pela mídia.
- B) A necessidade de produção de notícias sobre as instituições em função de técnicas narrativas reconhecíveis pela mídia.
- C) A tensão entre os setores comerciais das instituições e a redação das mídias pelo estabelecimento de espaços de divulgação.
- D) A necessidade de manter relacionamentos com a sociedade que permitam às instituições o reconhecimento de sua legitimidade.

QUESTÃO 43

Os artigos constituem um dos instrumentos de divulgação institucional com os quais conta uma assessoria de imprensa para fazer chegar à sociedade, via mídia comercial, pontos de vista de seu interesse. Sobre os artigos, é **INCORRETO** afirmar que:

- A) geralmente têm boa aceitação nos veículos de comunicação.
- B) devem ser redigidos diretamente pelo dirigente da instituição.
- C) apresentam, basicamente, conteúdo opinativo e interpretativo.
- D) são previamente combinados, quanto à abordagem, com o veículo.

QUESTÃO 44

O conhecimento sobre as peculiaridades do modo de produção da notícia, dos interesses da imprensa, a aptidão de lidar com uma câmera não são requeridas em praticamente nenhuma profissão e tendem a surgir apenas com prática ou treino.

(Extraído de: DUARTE, Jorge. *Produtos e serviços de uma assessoria de imprensa*. In: DUARTE, Jorge [org.]. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia – teoria e técnica**).

Diante da dificuldade acima relatada, o assessor de imprensa deve adotar como providência:

- A) Seminários de análise crítica da mídia para membros da instituição.
- B) Programas regulares de *media training* para membros da instituição.
- C) Receber e atender pessoalmente repórteres dos veículos jornalísticos.
- D) Adotar técnicas de divulgação específicas para cada tipo de veículo.

QUESTÃO 45

Assinale a alternativa em que o produto de uma assessoria de imprensa listado está **INCORRETAMENTE** caracterizado.

- A) O dossiê reúne informações sobre cada veículo de comunicação, facilitando contatos estratégicos.
- B) O publiteditorial é o material pago tornado público sob a forma de matéria jornalística.
- C) Os relatórios compõem o esforço de avaliação das ações da assessoria de imprensa.
- D) Cursos e seminários compõem projetos de capacitação de jornalistas de veículos para cobertura da instituição.

QUESTÃO 46

Sobre o acompanhamento de entrevistas do assessorado ou membros de uma organização e sobre o atendimento à imprensa são feitas as seguintes afirmativas:

- I. Avaliações posteriores às entrevistas ajudam a identificar vícios de fala, de postura e de abordagem dos assuntos.
- II. A proximidade com o ambiente da entrevista permite ao assessor verificar o desempenho do entrevistador.
- III. Uma boa convivência com a imprensa pressupõe que normalmente o jornalista precisa de atendimento personalizado.

Indique a opção que contém a resposta **CORRETA**.

- A) Todas as afirmativas são verdadeiras.
- B) Uma afirmativa é verdadeira.
- C) Todas as afirmativas são falsas.
- D) Duas afirmativas são verdadeiras.

QUESTÃO 47

Possuir interesse público, apresentar novidade, revestir-se de exclusividade e possuir adequação, são características que se aplicam ao seguinte produto de uma assessoria:

- A) ao *press kit*.
- B) à entrevista.
- C) ao *release*.
- D) à sinopse.

QUESTÃO 48

O jornalismo não pode, simplesmente, impor versões sobre os fatos. Para manter público-alvo, o jornalismo, na produção de notícias, é obrigado a considerar:

- I. o significado e o sentido social do fato.
- II. o poder e a competência produtiva da mídia.
- III. o poder comunicativo dos grupos sociais.
- IV. a atualidade/oportunidade para noticiar o fato.

Assinale a alternativa **CORRETA**:

- A) São corretas as afirmações I, II e III.
- B) Apenas a afirmação III é incorreta.
- C) São corretas as afirmações II, III e IV.
- D) Apenas a afirmativa IV é incorreta.

QUESTÃO 49

Numere a segunda coluna de acordo com a primeira:

- | | | |
|--|-----|-----------------|
| 1. O rádio é, ainda, a mais veloz mídia de informação. | () | Instataneidade. |
| 2. O rádio fala de qualquer ponto para ouvintes em qualquer lugar. | () | Oralidade. |
| 3. O rádio é <i>frio</i> : exige do ouvinte razão, imaginação e sensibilidade. | () | Mobilidade. |
| 4. O rádio é som, é locução e fala – suportes da comunicação do rádio. | () | Sensorialidade. |

Assinale a alternativa que apresenta a seqüência de números **CORRETA**.

- A) 1, 3, 4 e 2.
- B) 4, 1, 2 e 3.
- C) 3, 4, 1 e 2.
- D) 2, 3, 4 e 1.

QUESTÃO 50

Para redigir a *locução*, na mídia rádio e explorar a característica da oralidade, é essencial:

- I. redigir em ordem direta, em períodos simples, coordenados e sintéticos.
- II. redigir, sempre, frase curta e evitar adjetivos, cacófonos e rimas.
- III. redigir orações subordinadas, sempre que a complexidade do fato exigir.
- IV. cortar os plurais desnecessários e evitar a silabação (palavras grandes).

A partir dessas afirmativas, conclui-se que todas estão corretas, **EXCETO** a:

- A) I.
- B) II.
- C) III.
- D) IV.

QUESTÃO 51

São necessárias para a preparação da entrevista, **EXCETO** a preparação de roteiro

- A) para a objetivar a entrevista.
- B) com táticas necessárias ao envolvimento do entrevistado.
- C) para deixar o entrevistador com todas as referências nas mãos.
- D) para o entrevistador conduzir a entrevista e evitar a dispersão.

QUESTÃO 52

Toda pauta tem uma seqüência. Identifique essa seqüência, numerando a segunda coluna de acordo com a primeira.

- | | |
|--------------------------------------|---|
| 1. Checagem (dados e documentos). | () Busca do chamado furo jornalístico. |
| 2. Entrevista com fontes escolhidas. | () Entrevista principal em busca de pontos essenciais |
| 3. Busca pela novidade. | () Análise de dados e de documentos para a reportagem. |
| 4. Seleção das fontes. | () Escolha e agendamento de entrevistas secundárias. |
| 5. Sondagem inicial. | () Levantamento preliminar de tudo que houver sobre a pauta. |

Assinale a alternativa que contém a seqüência **CORRETA**:

- A) 3, 2, 1, 4 e 5.
- B) 1, 3, 2, 4 e 5.
- C) 4, 5, 2, 1 e 3.
- D) 5, 4, 3, 1 e 2.

QUESTÃO 53

Sobre a comunicação contemporânea, é **INCORRETO** afirmar que

- A) comunicação midiática é instituinte do real através da linguagem.
- B) toda comunicação só é possível através do jogo de poder, entre etnias e/ou classes sociais.
- C) na comunicação midiática o emissor oferta informações segundo a demanda de receptores.
- D) a comunicação midiática não é manipulação do real, mas instituição do real.

QUESTÃO 54

São os requisitos **NECESSÁRIOS** para a redação jornalística, para qualquer veículo:

- A) Clareza, coerência, concisão, intencionalidade, objetividade, precisão e variedade.
- B) Clareza, coerência, concisão, objetividade, precisão, ritmo e variedade.
- C) Clareza, concisão, ineditismo, objetividade, precisão, referencialidade e ritmo.
- D) Coerência, concisão, intensidade, objetividade, precisão, ritmo e variedade.

QUESTÃO 55

Numere a segunda coluna de acordo com a primeira

- | | | |
|------------------|-----|---|
| 1. Clareza. | () | Texto construído com idéias contextualizadas e ordenado de modo claro. |
| 2. Coerência. | () | Texto construído com palavras justas, de modo lógico e sem ambigüidade. |
| 3. Concisão. | () | Texto construído com máxima fidelidade aos fatos. |
| 4. Objetividade. | () | Texto construído com expressões familiares, com visão clara dos fatos. |
| 5. Precisão. | () | Texto construído com palavras indispensáveis à informação. |

Marque a alternativa que apresenta a seqüência **CORRETA**.

- A) 2, 5, 4, 1 e 3.
- B) 4, 3, 5, 2 e 1.
- C) 2, 5, 3, 1 e 4.
- D) 5, 2, 3, 1 e 5.

QUESTÃO 56

No Brasil, a objetividade jornalística começou, segundo a história,

- A) no *Jornal do Brasil*, entre 1954 e 1961.
- B) no jornal *Última Hora*, em 1951.
- C) no jornal *O Globo*, em 1970.
- D) no jornal *Diário Carioca*, em 1949.

QUESTÃO 57

Usando pseudônimo de Joaquim Manoel, um catedrático do ensino de jornalismo publicou no *Diário Carioca*, em agosto de 1945, comentários sobre a produção jornalística. Este catedrático foi

- A) Carlos Castelo Branco, na coluna *Recados ao jornalista*.
- B) Pompeu de Souza, na coluna *Conselhos a um repórter*.
- C) Danton Jobim, na coluna *Cartas a um foca*.
- D) Carlos Lacerda, na coluna *Confissões de um político*.

QUESTÃO 58

Assinale a afirmativa que se aplica ao *stand up*.

- A) De pé ou sentado, o repórter transmite informa sobre um fato importante.
- B) O repórter complementa as informações da reportagem com outras, mais recentes.
- C) O repórter prefere informar ao vivo, no lugar de elaborar as informações em um texto.
- D) Normalmente em pé, o repórter grava, no local do fato, para transmitir as informações.

Questão 59

A passagem foi incorporada ao telejornalismo brasileiro. Assinale a afirmativa que **NÃO** pode ser atribuída a uma passagem.

- A) Em uma passagem, o repórter nunca deve estar situado ao lado do entrevistado.
- B) Desempenha uma transição temporal ou informacional dentro da reportagem.
- C) O repórter assina a matéria e demonstra poderio técnico e financeiro da mídia.
- D) Permite ao repórter informar, usando gestos teatrais, discretos, em plano americano.

QUESTÃO 60

Na produção de telejornais, são usados enquadramentos e movimentos de câmara. Identifique-os, numerando a segunda coluna de acordo com a primeira:

- 1. Plano geral. () Plano fechado de rosto de pessoas ou de detalhe de objeto.
- 2. Plano médio. () Tomada de deslocamento de imagem de pessoa ou de objeto.
- 3. Primeiro plano. () Plano de cenário ou de conjunto de pessoas.
- 4. *Close up*. () Tomada lenta, tradicionalmente, da esquerda para a direita.
- 5. *Travelling*. () Plano que enfoca grupo ou pessoa, acima da cintura
- 6. Panorâmica () Plano que coloca em destaque objeto ou pessoa.

Assinale a alternativa **CORRETA**:

- A) 3, 5, 1, 6, 2 e 4.
- B) 4, 5, 1, 6, 2 e 3.
- C) 5, 1, 6, 4, 2 e 3.
- D) 3, 6, 2, 5, 1 e 4.